

## ETIKA BISNIS YUSUF AL- QARADÂWI (UPAYA MEMBANGUN KESADARAN BISNIS BERETIKA)

Diana Ambarwati

STAIN Jurai Siwo Metro  
Email : dianaambarwati@yahoo.com

### Abstract

*Business is one of the most important in human life. It is not amazing if Islam gives guidance of business area. Now, business is considered as the effort to look for the profit as much as possible. In fact, it is got by the sly and not etichal way. In business ethics is very important for stating in globalization era that is often neglecting the velue of morality and ethics. Because, Islam states that the human business activity is not aim at the equipement of satisfying only, but also the effort of looking for balancing life with the positive behavior not destructive.*

*Yusuf al-Qaradawi observes that business gives big contriubusion in answering the problem of business ethics comprehensively. In his opinion, the moderate is visible that business ethics which stated by him is one of the professionalism in business which will preserve in business performance.*

*Implementation of the business ethics means that do an effort or an occupation that can produce the profit as the law in Islam. The effort can be done by recontruction of new realizing about business, and also understanding the study of business and economics that stand on paradigm of norming and empirical approach in which the prominent development of the velue, in order to hendle alteration and moving on the era fastly.*

**Key word:** *Business ethics, Yusuf Al-Qaradawi.*

### Abstraks

Bisnis merupakan sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Tidak heran jika Islam memberi tuntunan dalam bidang usaha. Bisnis selama ini, dikesankan sebagai usaha mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, bahkan harus ditempuh dengan cara kotor dan tidak etis. Etika bisnis sangat penting untuk dikemukakan dalam era globalilasaki yang seringkali mengabaikan nilai-nilai moral dan etika. Karena itu, Islam menekankan agar aktifitas bisnis manusia dimaksudkan tidak semata-mata sebagai alat pemuas keinginan tetapi lebih pada upaya pencarian kehidupan berkeselimbangan disertai prilaku positif bukan destruktif.

Yusuf al-Qaradâwi melihat bisnis kekinian turut memberikan kontribusi yang besar dalam menjawab persoalan etika dalam berbisnis secara komprehensif. Dalam pemikirannya yang moderat tercermin bahwa etika bisnis yang beliau cetuskan merupakan bentuk profesionalisme bisnis yang akan senantiasa menjaga keberlangsungan bisnis.

Mewujudkan bisnis yang beretika berarti menjalankan suatu usaha atau pekerjaan yang dapat menghasilkan keuntungan sesuai dengan hukum yang telah ditetapkan oleh agama Islam. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan melakukan suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis, juga diperlukan suatu cara pandang baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan tentang bisnis dan ekonomi yang lebih berpijak pada paradigma pendekatan normatif sekaligus empirik induktif yang mengedepankan penggalian dan pengembangan nilai-nilai, agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman yang semakin cepat.

**Kata kunci:** etika bisnis, Yusuf Al-Qaradawi,

## **Pendahuluan**

Manusia merupakan makhluk paling sempurna yang diciptakan Allah SWT. Dengan segala kompleksitas yang diberikan, manusia memperoleh kedudukan paling tinggi jika dibandingkan dengan makhluk lainnya. Oleh karenanya manusia hidup tidak bisa terlepas dari interaksi sosial di lingkungannya. Sifat sosial yang dimiliki manusia sesuai dengan fitrahnya, yaitu adanya kesedian untuk melakukan interaksi dengan sesamanya, yang salah satunya terwujud dalam suatu interaksi di bidang ekonomi untuk melakukan kegiatan bisnis dan perdagangan.

Bisnis dan perdagangan menjadi salah satu kegiatan manusia yang penting. Dilakukannya bisnis dan perdagangan karena ketidaksempurnaan sifat seseorang dalam menyediakan berbagai macam keperluan dan tuntutan hidupnya sendiri.

Beranjak dari hal tersebut, pertumbuhan bisnis modern dewasa ini merupakan satu realitas kehidupan yang sangat kompleks dan merupakan bagian integral dari masyarakat, baik positif maupun negatif.<sup>1</sup> Sebagai kegiatan sosial, bisnis merupakan cerminan dari kompleksitas masyarakat modern. Banyak faktor yang melatarbelakangi timbulnya kegiatan bisnis yang pada akhirnya turut mempengaruhi dan menentukan kegiatan bisnis

---

<sup>1</sup> M. Kamal Zuber, *Pemikiran Etika Bisnis (studi atas konsep Etika Bisnis Al Ghazali)*, (IAIN Mataram: Jurnal Istimbath no.2 Vol 4 tahun 2007), h. 25

dan perdagangan. Oleh karena, bisnis yang telah merasuk ke segala aspek dan lapisan masyarakat, dalam perspektif etis dituntut untuk memasarkan sesuatu yang bermanfaat bagi kehidupan manusia, bukan hanya menawarkan keuntungan material belaka.<sup>2</sup>

Masyarakat dewasa ini telah mengenal bisnis. Istilah bisnis akrab dan di lafalkan oleh seseorang ketika menjalankan aktifitas ekonomi di lingkungannya. Walaupun terdapat kekeliruan dalam penempatan dan penggunaan istilah bisnis, banyak yang tidak memperdulikannya. Sebagaimana diketahui, bisnis merupakan usaha komersial di dunia perdagangan; bidang usaha; usaha dagang.<sup>3</sup> Selain itu dijelaskan pula bahwa bisnis adalah kegiatan ekonomis. Dimana dalam kegiatan tersebut terjadi aktivitas tukar-menukar, jual beli, memproduksi-memasarkan, bekerja-mempekerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya dengan maksud memperoleh untung.<sup>4</sup>

Kegiatan bisnis dapat dipahami sebagai suatu kegiatan yang mempunyai prinsip dengan rumusan “Memaksimumkan keuntungan perusahaan, kurangi biaya perusahaan”.<sup>5</sup> Atau dapat juga dinyatakan bahwa bisnis merupakan kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>6</sup>

Kebaikan dan kesuksesan serta kemajuan bisnis sangat tergantung pada kesungguhan dan ketekunan kerja dari pelaku bisnis. Jika bisnis dilakukan berdasarkan nilai kejujuran, amanah, adil, ihsan, kebajikan, silaturahmi dan kasih sayang<sup>7</sup> sudah barang tentu kebaikan, kesuksesan dan kemajuan serta keberlangsungan bisnis akan terjaga. Namun sebaliknya, jika bisnis dilakukan dengan riba, menipu, penimbunan barang, monopoli, tindakan yang merusak lingkungan serta mengancam keselamatan orang lain, maka akan menghancurkan keberlangsungan bisnis itu sendiri.

Berbagai contoh perilaku bisnis yang tidak mengindahkan norma dan etika banyak dijumpai di tengah-tengah masyarakat. Diantaranya

---

<sup>2</sup> *Ibid*

<sup>3</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 157.

<sup>4</sup> K Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h. 17

<sup>5</sup> Peter Pratley, *The Essence Of Business Ethisc*, (Yogyakarta: Andi, 1997), h. 83

<sup>6</sup> Buchari Alma, *pengantar Bisnis*, (bandung : Alvabet, 1997), h. 16

<sup>7</sup> Yusuf al-Qaradhâwi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 1

adalah masih adanya praktek Kolusi, Korupsi dan Nepotisme (KKN) dalam melakukan kegiatan bisnis. Kemudian masih sering ditemui oknum-oknum yang mempraktekkan bisnis tanpa memperhatikan keselamatan, kesehatan serta kenyamanan konsumen. Seperti halnya dalam bisnis makanan. Ada produk-produk makanan yang dijadikan kegiatan bisnis oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab dengan mencampur atau menggunakan daging babi, anjing, tikus dll sebagai pengganti daging segar. Padahal bagi komunitas tertentu (baca: muslim), jenis daging ini haram untuk dikonsumsi, termasuk haram juga untuk diperjual belikannya. Selanjutnya, ditemukan pula produk-produk makanan yang menggunakan bahan pengawet dalam bahan tambahan makanan seperti; borax, formalin, pewarna tekstil (rodhamin dan methanil yellow), siklamat (pemanis buatan). Padahal bahan-bahan tersebut merupakan bahan yang dilarang penggunaannya pada makanan, karena akan menyebabkan diare, pusing, kejang-kejang, demam, kram perut, diare dan muntah-muntah.<sup>8</sup>

Apa yang termuat dalam koran Tempo tersebut di atas merupakan salah satu contoh kegiatan bisnis yang menyimpang dari norma dan etika. Jika bisnis dilakukan untuk memberikan manfaat kepada orang lain, maka kegiatan tersebut harus dilakukan dengan cara yang baik dan harus mempertimbangkan berbagai dampak yang diakibatkan. Tampaknya kegiatan tersebut di atas sebagaimana yang telah diberitakan dalam media masa tersebut kurang memperhatikan dampak lingkungan, dampak dari produk bagi konsumen, etika kemanusiaan dan lain-lainnya.<sup>9</sup>

Berbagai *pakem* bisnis telah muncul ke permukaan dalam bentuk pemikiran etika bisnis yang berlandaskan Islam. Islam merupakan agama sempurna yang di dalamnya terdapat risalah norma dan etika. Sementara itu Sang Pembawa Islam, Muhammad SAW diutus oleh Allah SWT ke dunia untuk memperbaiki permasalahan (menyempurnakan akhlak), termasuk di dalamnya kegiatan muamalah. Etika yang pada akhirnya lazim disebut akhlak merupakan tatanan perilaku berdasarkan suatu sistem tata nilai suatu masyarakat.<sup>10</sup> Etika merupakan kumpulan aturan-aturan, ajaran (doktrin) dan nilai-nilai yang dapat mengantarkan manusia - dalam kehidupannya- menuju kebahagiaan hidup, baik di dunia maupun

---

<sup>8</sup> Berita dalam [www.korantempo.com](http://www.korantempo.com), tanggal 26 dan 28 April 2003.

<sup>9</sup> R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al Qur'an*, (Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara, 2006), h. v

<sup>10</sup> Abd. Rahman Assegaf, *Studi Islam Kontekstual*, (Yogyakarta: Gama Media, 2005), h. 161

akhirat. Oleh karena itu, tidak berlebihan jika Islam mengaitkan etika dalam melakukan kegiatan muamalah, yaitu kejujuran, amanah, adil, ihsan, kebajikan, silaturahmi dan kasih sayang.<sup>11</sup>

Secara normatif, al-Qur'an sebagai pedoman hidup umat Islam relatif memberikan prinsip-prinsip mengenai bisnis yang bertumpu pada kerangka penanganan bisnis sebagai pelaku ekonomi dengan tanpa membedakan kelas.<sup>12</sup> Yang sudah barang tentu memberikan rambu-rambu dalam melakukan transaksi, istilah *al- fiijarah*, *al-bai'u*, *fadayantum* dan *Isy'ara* yang disebutkan dalam al-Qur'an sebagai pertanda bahwa Islam memiliki perhatian yang serius tentang dunia usaha atau perdagangan.

Menyikapi kondisi yang demikian Yusuf al-Qaradhâwi memberikan kontribusi yang besar dalam menjawab persoalan etika dalam berbisnis secara komprehensif. Sikap moderatnya mengikis mazhab *centris*, hal ini dilakukan agar tidak terjebak kepada fanatisme buta. Juga Sikapnya yang *tasamuh* (toleran) menjadikan pemikiran fiqhnya *progresif* dan *inovatif*, tidak terjebak dalam kejumudan yang membuatnya mampu berkontribusi menjawab persoalan kontemporer secara komprehensif.<sup>13</sup>

Dalam pandangan Yusuf al- Qaradâwi bahwa sisi kehidupan paling mendesak pada kebutuhan ijtihad adalah bidang ekonomi dan keuangan, Iptek dan kedokteran.<sup>14</sup> Selanjutnya berbicara tentang ijtihad, beliau menawarkan alternatif pemikiran, yang beliau namai *ijtihad selektif komparatif* dan *ijtihad konstruktif inovatif*.<sup>15</sup> Karena Islam yang kaya dengan khazanah klasiknya memberikan peluang emas bagi pemikir Islam kontemporer untuk melakukan kajian mendasar persoalan umat.

## Pembahasan

### 1. Etika Bisnis dan Pengertiannya

Untuk memahami apa yang dimaksud dengan etika bisnis secara umum, maka ada dua hal yang perlu dimengerti sebelumnya, yaitu etika dan bisnis. Kata etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam

---

<sup>11</sup> Yusuf al-Qaradâwi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h. 1

<sup>12</sup> M Quraish Shihab, *Etika Bisnis dalam Wawasan Al Qur'an*, dalam jurnal *Ulumul Qur'an*, No.3/VII/1997, h.4

<sup>13</sup> Sulaiman bin Shalih al Khuraisyi, *Pemikiran DR.Yusuf Al Qaradhawi dalam Timbangan*, (Bogor: Pustaka Imam Asy Syafi'I, 2003), h. 15

<sup>14</sup> Yusuf Al Qaradhawi, *Reformasi Pemikiran Islam Abad 21* , (Surabaya:PT. Bina Ilmu, 1998), h. 1-6

<sup>15</sup> *Ibid*, pada halaman pendahuluan

bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”.<sup>16</sup> Etika juga dipandang sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).<sup>17</sup> Selain itu, etika juga berkaitan dengan perintah dan larangan langsung yang bersifat konkrit. Maka, etika dalam pengertian ini lebih bersifat normatif dan karena itu lebih mengikat setiap pribadi manusia.

Agar lebih konkrit, dapat dicontohkan nilai dan norma kejujuran. Pertanyaan etis yang dihadapi pelaku bisnis tertentu adalah mengapa kita harus jujur dalam menawarkan barang dan jasa kepada masyarakat konsumen? Apakah memang ada nilai dan norma tertentu bahwa kita harus berbisnis secara jujur sebagai manusia. Namun, persoalannya adalah apakah memang dalam situasi konkrit yang kita hadapi adalah sebuah kejujuran? atau justru sebaliknya, ketidakjujuran?

Pertanyaan di atas penting diajukan, karena dimaksudkan ingin mengetahui tekad atau niat, apakah ada kemauan pelaku atau pengguna bisnis untuk berbuat jujur atau tidak, karena disanalah letak dasar moral tindakan jujur atau ketidakjujuran tadi dapat dibuktikan, yaitu pada saat menawarkan barang dan jasa kepada para konsumen atau masyarakat pengguna bisnis. Oleh karena, kejujuran tidak lagi dipandang sebagai sebuah tuntutan moral dari luar diri, melainkan tuntutan dari dalam diri dan perusahaan demi kepentingan pihak lain (konsumen, relasi bisnis, dan lainnya) dan juga demi kepentingan bisnis jangka panjang.<sup>18</sup>

Berkaitan dengan kegiatan bisnis, Kohlbeng sebagai ilmuwan Barat telah memberikan “rambu-rambu” bagi para pelakunya, yaitu prinsip-prinsip etika didalam bisnis dapat digolongkan ke dalam tiga

---

<sup>16</sup> A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta : Kanisius, 1998), h. 14.

<sup>17</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ( Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 309. Lebih lanjut, Suryadi Prawirosentono menjelaskan bahwa Etika berkaitan dengan hal-hal yang baik dan buruk (*good and bad*), benar dan salah (*true and false*), betul dan tidak betul (*correct and incorrect*), jujur dan bohong (*honest and lie*). Lihat Suryadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h.2

<sup>18</sup> A. Sonny Keraf, *Loc.cit.*

kelompok, yakni: (1) Prinsip manfaat, (2) Prinsip hak asasi, (3) Prinsip keadilan.<sup>19</sup>

Dengan kata lain, tujuan utama bisnis sesungguhnya bukan untuk mencari keuntungan melainkan untuk memenuhi kebutuhan hidup orang lain, dan melalui itu ia bisa memperoleh apa yang dibutuhkannya. Senada dengan apa yang dikatakan oleh Matsushita. Dijelaskannya, bahwa tujuan bisnis sebenarnya bukanlah mencari keuntungan melainkan untuk melayani kebutuhan masyarakat.<sup>20</sup> Sedangkan keuntungan tidak lain hanyalah simbol kepercayaan masyarakat atas kegiatan bisnis suatu perusahaan.

Selanjutnya, di dalam al-Qur'an terdapat beberapa istilah atau kata yang berkaitan dengan bisnis. Di antaranya; kata *al-tijarah*, *al-bai'*, *tadayantum*, dan *isy tara*. Namun, dari kata-kata tersebut yang seringkali digunakan adalah *al-tijarah* dan dalam bahasa arab *tijaraha*, berawal dari kata dasar t-j-r, *tajara*, *tajran wa tijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. *At-tijaratun walmutjar* yaitu perdagangan, perniagaan. Dalam penggunaannya kata *tijarah* pada ayat-ayat yang termaktub dalam al-Qur'an memiliki dua macam pemahaman, yaitu dipahami dengan perdagangan dan dipahami dengan perniagaan dalam pengertian umum.

Sedangkan secara istilah etika bisnis menurut Business and Society-Ethics and Stakeholder Management dinyatakan sebagai berikut:

*Business ethics, therefore, is concerned with good and bad or right and wrong behavior that takes place within a business context. Concepts of right and wrong are increasingly being interpreted today to include the more difficult and subtle questions of fairness, justice, and equity.*<sup>21</sup>

Selanjutnya dalam artikel ini, istilah "bisnis" yang dimaksud adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para *entrepreneur* dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan

---

<sup>19</sup> Kwik Kian Gie, dkk, *Etika Bisnis Cina: Suatu Kajian Terhadap Perekonomian di Indonesia*, Jakarta : Gramedia Pustaka, 1996, h. 61

<sup>20</sup> *Ibid*, h.51

<sup>21</sup> R. Sims, *Ethics and Corporate Social Responsibility-Why Giants Fall*, (C.T.: Greenwood Press, 2003), h. 26

keuntungan. Selain itu, bisnis juga dapat berupa kegiatan manusia yang menyangkut produksi, menjual dan membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>22</sup> Dasar pemikirannya adalah pertukaran timbal balik secara *fair* di antara pihak-pihak yang terlibat.

Dari berbagai uraian di atas, dipahami bahwa secara bahasa etika bisnis merupakan sebuah aturan yang berbentuk perintah dan larangan dalam kegiatan manusia yang menyangkut produksi, menjual dan membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia. Demikian pula, prinsip-prinsip itu sangat erat terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masyarakat. Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku di Indonesia akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat Indonesia. Namun, sebagai etika khusus atau etika terapan, prinsip-prinsip etika yang berlaku dalam bisnis sesungguhnya adalah penerapan dari prinsip-prinsip etika pada umumnya. Karena itu, tanpa melupakan kekhasan sistem nilai dari setiap masyarakat bisnis, secara umum dapat dikemukakan beberapa prinsip etika bisnis, yakni :

*Pertama*, prinsip otonomi, yaitu sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan. Orang bisnis yang otonom adalah orang yang sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis.

*Kedua*, prinsip kejujuran, sekilas kedengarannya adalah aneh bahwa kejujuran merupakan sebuah prinsip etika bisnis karena mitos keliru bahwa bisnis adalah kegiatan tipu menipu demi meraup untung. Harus diakui bahwa memang prinsip ini paling problematic karena masih banyak pelaku bisnis yang mendasarkan kegiatan bisnisnya pada tipu menipu atau tindakan curang, entah karena situasi eksternal tertentu atau karena dasarnya memang ia sendiri suka tipu-menipu.

*Ketiga*, prinsip keadilan, yaitu menuntut agar setiap orang diperlukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Demikian pula, prinsip keadilan menuntut agar setiap orang dalam kegiatan bisnis apakah dalam relasi eksternal

---

<sup>22</sup> A. Sonny Keraf, *Op.Cit*, h. 50



perusahaan maupun relasi internal perusahaan perlu diperlakukan sesuai dengan haknya masing-masing. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.

*Keempat*, prinsip saling menguntungkan, yaitu menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak. Prinsip ini terutama mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Maka, dalam bisnis yang kompetitif, prinsip ini menuntut agar persaingan bisnis haruslah melahirkan suatu *win-win solution*.

*Kelima*, prinsip integritas moral, yaitu prinsip yang menghayati tuntutan internal dalam berperilaku bisnis atau perusahaan agar menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik perusahaannya. Dengan kata lain, prinsip ini merupakan tuntutan dan dorongan dari dalam diri pelaku dan perusahaan untuk menjadi yang terbaik dan dibanggakan.

Dari semua prinsip bisnis di atas, Adam Smith menganggap bahwa prinsip keadilan sebagai prinsip yang paling pokok.<sup>23</sup> Sementara itu, Hatta memandang bahwa keadilan bersifat ketuhanan, sehingga dia tidak hanya berdimensi keduaniaan atau kekinian, tetapi juga berdimensi keaheratan.<sup>24</sup> Pertanyaan penting yang perlu dijawab adalah bagaimana menerapkan prinsip-prinsip bisnis tadi secara tepat sesuai dengan keperluan atau kebutuhan dalam operasionalnya. Sehingga, dengan penerapan prinsip-prinsip bisnis yang tepat ke dalam sebuah perusahaan, yang pertama terbentuk tentu akan terbangun budaya kerja perusahaan (*corporate cultur*) yang memenuhi aspek pembudayaan atau pembiasaan dan penghayatan nilai-nilai, norma atau prinsip moral yang dianggap sebagai inti kekuatan dari sebuah perusahaan yang sekaligus juga membedakannya dengan perusahaan yang lain. Adapun wujud dari penerapan prinsip-prinsip bisnis, bisa dalam bentuk pengutamaan mutu, pelayanan, disiplin, kejujuran, tanggung jawab, perlakuan yang fair tanpa adanya diskriminasi dan seterusnya.

## **2. Mengenal Yusuf Al- Qaradâwi dan Pemikirannya**

Al Qaradhawi memiliki nama asli Yusuf bin 'Abdillah al Qaradâwi. Ia dilahir di sebuah desa kecil di Mesir bernama Shafth

---

<sup>23</sup> *Ibid*, h. 61

<sup>24</sup> Anwar Abbas, *Bung Hatta dan Ekonomi Islam; Menangkap Makna Maqhasid al Syariah*, (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2010), h. 173

Turaab di tengah Delta pada 9 September 1926.<sup>25</sup> Al Qaradhwî besar, tumbuh dan berkembang di lingkungan keluarga agamis dan ber peradaban, dengan pertanian sebagai mata penghasilan.<sup>26</sup> Ketika masih kanak-kanak beliau telah ditinggalkan oleh ayahnya tepatnya pada usianya yang baru menginjak 2 (dua) tahun. Kemudian beliau diasuh dan dididik oleh pamannya dengan penuh kasih sayang dan beliau akui sebagai ayahnya.<sup>27</sup>

Ketika berumur 5 tahun, beliau dididik menghafal al-Qur'an secara intensif oleh pamannya.<sup>28</sup> Kemudian pada Usia 10 tahun, beliau telah menghafal Al-Qur'an 30 juz dengan fasih dan sempurna tajwidnya.<sup>29</sup> Beliau menamatkan pendidikan di Ma'had Thantha dan Ma'had Tsanawi. Setelah itu, al Qaradâwî melanjutkan studinya ke Universitas Al Azhar, Fakultas Ushuluddin dan menyelesaikannya pada tahun 1952 M. Gelar doktornya baru dia peroleh pada tahun 1972 dengan disertasi "Zakat dan Dampaknya Dalam Penanggulangan Kemiskinan", yang kemudian disempurnakan menjadi Fiqh Zakat. Sebuah buku yang sangat komprehensif membahas persoalan zakat dengan nuansa modern.

Pada tahap selanjutnya, Yusuf Qaradâwî tumbuh menjadi seorang cendekiawan muslim dan seorang mujtahid yang tidak mengikat diri pada salah satu madzhab tertentu. Menurut al- Qaradâwî pemecahan masalah fiqih yang terbaik ialah yang paling jelas *nash* landasannya, yang terbaik dasar pemikirannya, yang termudah pengalamannya, dan yang terdekat relevansinya dengan kondisi zaman.<sup>30</sup> Sehingga ia mampu memadukan hukum-hukum syari'at Islam dan tuntutan zaman.<sup>31</sup>

---

<sup>25</sup> Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: PT. Ikhtiar Baru van Hoeve, 2001), h.1448

<sup>26</sup> Sulaiman bin Shalih al Khuraisyî, *Pemikiran Yusuf Al Qaradhwî dalam Timbangan*, (Bogor: Pustaka Imam Asy Syafi'I, 2003), h. 7

<sup>27</sup> Abdul Azis Dahlan, *Op.cit.*

<sup>28</sup> *Ibid*

<sup>29</sup> Anonim, *Islam Ekstrem*, [www..salafi/Makalah Bedah Buku Yusuf Al Qardhawi](http://www..salafi/Makalah%20Bedah%20Buku%20Yusuf%20Al%20Qardhawi).

<sup>30</sup> Yusuf Qardhawi, *Hadyatul Islam Fatawi Mu'asishirah*. Terj. As'ad Yasin "Fatwa-Fatwa Kontemporer", hlm. Introduksi

<sup>31</sup> Yusuf Qardhawi, *Al-Islamu wa Fannu*, Wahid Ahmadi dkk., Islam Berbicara Seni, Solo : Era Intermedia, 2002, hlm. 196.

Tindakan al Qaradâwi dalam menetapkan suatu fatwa berpegang pada jalan tengah, sehingga fatwanya dapat dipahami, dimengerti dan diterima oleh lapisan masyarakat Islam. Dalam hal ini al- Qaradâwi selalu berpegang pada kemudahan dan meringankan dan harus mengalahkan kesulitan dan memberatkan. Karenanya, Al Qaradâwi mengklaim dirinya sebagai orang yang menempuh jalan tengah (moderat) dalam segala hal. Dan jalan ini ditempuh sejak awal proses pendidikannya.

"Segala puji bagi Allah ta'ala yang telah memberikan karunia kepada saya sejak awal kehidupan pemikiran dan dakwah saya untuk membangun jalan tengah yang didasarkan pada teori keseimbangan yang komprehensif, dan jauh dari sikap *ifrath* (pengagungan yang berlebihan) dan *tafrith* (sikap meremehkan yang berlebihan).<sup>32</sup>

Pemikiran Yusuf al-Qaradâwi mempunyai pengaruh yang sangat signifikan di seluruh dunia. Pemikiran yang dinamik dan bersesuaian dengan keadaan dan suasana menjadikan beliau sering menjadi rujukan. Di antara sumbangan besar Yusuf al-Qaradâwi ialah memperkenalkan pendekatan dinamik untuk memahami Syari'ah.

Menurutnya, bahwa sendi utama ekonomi Islam adalah sifatnya yang pertengahan (keseimbangan).<sup>33</sup> Bahkan ciri ini merupakan jiwa yang merupakan keseimbangan yang adil. Sebagaimana sikap Islam terhadap hak individu dan masyarakat. Kedua hak ini diletakkan dalam neraca keseimbangan yang adil tentang dunia dan akhirat, jiwa dan raga, akal dan hati, perumpamaan dan kenyataan. Dan Islam berada di tengah-tengah antara Iman dan kekuasaan.<sup>34</sup>

Berkaitan dengan etika bisnis Islam, dalam karyanya yang monumental *Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishadil Islami*, al Qaradhawi mendeskripsikan dan memaparkan tentang pentingnya norma dan etika dalam ekonomi, kedudukannya, dan pengaruhnya dalam

---

<sup>32</sup> Sulaiman bin Shalih al Khuraisyi mengutip dalam kitab *Fataawaa mu"aaashirah*, *Op Cit*, h. 19

<sup>33</sup> Yusuf Al Qaradhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h.69

<sup>34</sup> *Ibid*, h.71

lapangan ekonomi yang berbeda-beda seperti; bidang produksi, konsumsi, dan bidang distribusi.<sup>35</sup>

#### **a. Etika dalam bidang Produksi**

Persoalan etika dalam bidang produksi, dimaknai dalam menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan.<sup>36</sup> Kekayaan merupakan segala sesuatu yang diberikan Allah berupa alam yang bisa digarap dan diproses menjadi kekayaan. Al-Qur'an mendorong manusia untuk mengolah sumber alam ini dan mengingatkan agar mengarahkan pandangan dan akal dengan penuh kekuatan terhadap alam yang ada disekeliling.<sup>37</sup> Dalam pengelolaan tersebut, akal memiliki peranan yang sangat penting. Karena penggunaan akal inilah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Dengan penggunaan akal yang maksimal, maka akan melahirkan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi manusia sendiri. Sehingga kegiatan produksi dapat memiliki peran dan fungsi dalam menjalankan tanggung jawab sosial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta manifestasi keterhubungan manusia dengan Tuhan.

Pada lain sisi, ilmu tidak akan membuahkan hasil jika tidak diikuti oleh amal. Islam mendorong pemeluknya agar berproduksi dan menekuni aktifitas ekonomi dengan cara bekerja. Bukan hanya bekerja untuk diri sendiri, tetapi juga bekerja untuk kepentingan keluarga, masyarakat, bekerja untuk kehidupan dan semua makhluk secara umum, serta bekerja untuk memakmurkan bumi. Dengan bekerja setiap individu dapat memenuhi kebutuhannya hidupnya. Ini semua adalah keutamaan yang dijunjung tinggi oleh agama, yang tidak mungkin dilakukan kecuali dengan harta.<sup>38</sup>

Islam telah memberikan peringatan dan hanya membolehkan usaha yang dilakukan dengan adil, jujur dan cara yang bijaksana. Dalam mencapai sasaran ini, Islam tidak memberikan kebebasan tanpa batas dalam usaha ekonomi. Selain itu, Islam tidak juga terlalu

---

<sup>35</sup>Yusuf Qardhawi, *Darul Qiyam wa Akhlaq fi Iqtishadil Islam*, Dalam kata pengantar, Terj. Zainal Arifin, *et al.*, "Norma dan Etika Ekonomi Islam", Cet. I, Jakarta: Gema Insani Press, 1887, h. v.

<sup>36</sup> Yusuf Al Qaradhawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta: Rannabi Press, 2001), h. 138

<sup>37</sup> *Ibid.*, h. 138

<sup>38</sup> *Ibid.*, h. 158

mengikat manusia dengan pengawasan ekonomi. Islam telah memberikan prinsip-prinsip produksi yang adil dan wajar dalam bisnis, dimana setiap orang dapat memperoleh kekayaan tanpa mengeksploitasi individu lain atau merusak kemaslahatan masyarakat.

Seseorang dalam bekerja dalam pandangan Islam haruslah *ihsan* (baik) dan *jihad* (bersungguh-sungguh). Karena Islam bukan semata-mata memerintahkan bekerja, namun bekerja dengan baik. Karena kesungguh-sungguhan dalam bekerja atau lazimnya disebut *professional* merupakan salah satu implementasi dari iman. Dengan bekerja *professional*, maka seseorang akan mendapatkan ketenangan jiwa, ketenangan jiwa akan berpengaruh positif terhadap produktifitas.<sup>39</sup>

Dengan demikian, dapat dimaknai bahwa aktifitas yang demikian akan membebaskan usaha atau bisnis dari kezaliman dan penindasan. Senada dengan rambu-rambu Islam yang memberikan keadilan dan persamaan prinsip produksi sesuai kemampuan masing-masing tanpa menindas orang lain atau menghancurkan masyarakat.

Sementara itu, akhlak (etika) utama dalam produksi yang wajib diperhatikan baik secara individu maupun bersama-sama ialah bekerja di bidang yang di halalkan Allah, dan tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya.<sup>40</sup> Dengan kata lain, produksi tidak hanya memproduksi barang dan jasa belaka, tetapi juga memproduksi segala sesuatu yang merusak aqidah dan akhlak manusia.

Prinsip etika dalam produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim baik individu maupun komunitas menurut Yusuf Al Qaradhawi adalah berpegang pada semua yang dihalalkan Allah dan tidak melampaui batas.<sup>41</sup>

Kemudian, akhlak (etika) yang selanjutnya adalah memelihara sumber daya alam (SDA). Sumber daya alam merupakan nikmat Allah kepada makhluk-Nya, dan manusia wajib mensyukurinya. Di antara bentuk syukur itu adalah menjaganya dari kerusakan, kehancuran, polusi dan lain-lain yang tergolong sebagai kerusakan di muka bumi. Sebagaimana dinyatakan dalam surat Al Araaf ayat 56.

---

<sup>39</sup> *Ibid.*, h.166

<sup>40</sup> *Ibid.*, h.168

<sup>41</sup> Yusuf Al Qaradhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, *Op.cit.*, h. 117

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥١﴾

Artinya:

Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (Tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.

Perusakan sumber daya alam (SDA) dapat dalam bentuk material, misalnya dengan menghancurkan orang-orang yang memakmurkannya, mengotori kesuciannya, menghancurkan benda-benda hidupnya, merusak kekayaannya atau menghilangkan kemanfaatannya. Atau dalam bentuk spiritual, seperti menyebarkan kezaliman, meramaikan kebatilan, memperkuat kebutuhan, mengeruhkan hati nurani dan menyesatkan akal pikiran.<sup>42</sup>

Dengan demikian, etika dalam bidang produksi benar-benar harus diperhatikan dan diaplikasikan. Sebab, jika dalam memproduksi tidak memperhatikan etika atau norma-norma yang berlaku, maka akan berakibat pada rusaknya sumber daya alam yang ada disekitarnya. Selain itu, tidak dibenarkan pula eksploitasi terhadap sumber daya manusia dalam menjalankan kegiatan produksi. Berkaitan dengan etika dalam kegiatan produksi sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA) harus di tempatkan sesuai proposinya masing-masing sehingga terjadi prinsip keseimbangan.

#### **b. Etika dalam Bidang Konsumsi**

Etika kedua yang menjadi sorotan al-Qaradâwi adalah dalam bidang konsumsi. Menurut Yûsuf al-Qaradâwî bukan hanya sikap sederhana dalam kegiatan konsumsi, namun harus juga diterapkan menghindari dari sikap kemewahan (bermewah-mewah). Kemewahan merupakan sikap yang dilarang karena akan menenggelamkan diri dalam kenikmatan dan bermegah-megahan.

---

<sup>42</sup> Yusuf Al Qaradhwî, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, *Op.cit.*, h.173

Pada satu sisi, bermegah-megahan atau mengutamakan sikap kemewahan akan mengarahkan seseorang kepada sikap boros. Sikap boros itu sendiri termasuk sikap yang merusak harta, meremehkan atau kurang merawatnya sehingga rusak dan binasa. Perbuatan ini termasuk kriteria menghambur-hamburkan uang yang dilarang.<sup>43</sup>

Lain dari pada itu, konsumsi merupakan tujuan yang penting dari produksi.<sup>44</sup> Dalam hal ini, Islam sebagai agama yang komprehensif dan mencakup seluruh aspek kehidupan<sup>45</sup>, telah mengatur segala tingkah laku manusia. Bahkan tidak ada satu sistem kemasyarakatan pun, baik masyarakat modern atau lama, telah ditetapkan etika untuk manusia yang mengatur segala aspek kehidupannya sampai pada persoalan yang detail, termasuk dalam hal ini konsumsi.

Islam telah memberikan *rambu-rambu* berupa arahan-arahan positif dalam berkonsumsi. Setidaknya terdapat dua batasan dalam hal ini, yaitu:

1) Pembatasan dalam hal sifat dan cara

Pada persoalan ini, seorang muslim harus peka terhadap sesuatu yang dilarang oleh Islam. Produk-produk yang jelas keharamannya harus dihindari untuk mengkonsumsinya, seperti minum khamr dan makan daging babi. Seorang muslim harus senantiasa mengkonsumsi sesuatu yang pasti membawa manfaat dan maslahat, sehingga jauh dari kesia-siaan. Karena kesia-siaan adalah kemubadziran, dan hal itu dilarang dalam Islam dan secara tegas telah disebutkan dalam firman Allah pada QS. Al Israa: 27.

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya:

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

2) Pembatasan dalam hal kuantitas atau ukuran konsumsi.

---

<sup>43</sup> Yūsuf al-Qaradāwī, *Norma dan Etika, Op.cit.*, h. 157

<sup>44</sup> Afzalurrahman. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*. (Jakarta : Yayasan Swarna Bhumi, 1997), h.

<sup>45</sup> M.Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Teori dan Praktek*. (Jakarta : Gema Insani Press, 2003), h. 69

Berbeda dengan persoalan pembatasan dalam hal sifat dan cara, Islam juga melarang umatnya untuk berlaku kikir yakni terlalu menahan-nahan harta yang dikaruniakan Allah SWT kepada mereka. Namun, Allah juga tidak menghendaki umatnya membelanjakan harta mereka secara berlebih-lebihan di luar kewajaran. Dalam perilaku konsumsi, Islam sangat menekankan kewajaran dari segi jumlah, yakni sesuai dengan kebutuhan. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al Furqon: 67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya:

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.

Dalam berperilaku konsumsi, Islam telah mengarahkan umatnya kedalam tiga hal yaitu; *Pertama*, jangan boros. Seorang muslim dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya. Tidak semua hal yang dianggap butuh saat ini harus segera dibeli. Karena sifat dari kebutuhan sesungguhnya dinamis, ia dipengaruhi oleh situasi dan kondisi. Seorang pemasar sangat pandai mengeksploitasi rasa butuh seseorang, sehingga suatu barang yang sebenarnya secara riil tidak dibutuhkan tiba-tiba menjadi barang yang seolah sangat dibutuhkan.

*Kedua*, menyeimbangkan antara pengeluaran dan pemasukan. Seorang muslim hendaknya mampu menyeimbangkan antara pemasukan dan pengeluarannya, sehingga sedapat mungkin tidak berhutang. Karena hutang, menurut Rasulullah SAW akan melahirkan keresahan di malam hari dan mendatangkan kehinaan di siang hari. Jika tidak memiliki daya beli, maka dituntut untuk lebih selektif lagi dalam memilih, tidak malah memaksakan diri sehingga terpaksa harus berhutang. Hal ini tentu bertentangan dengan perilaku konsumsi.

*Ketiga*, tidak bermewah-mewahan. Islam melarang umatnya hidup dalam kemewahan.<sup>46</sup> Kemewahan yang dimaksud menurut

---

<sup>46</sup> Lihat, QS. Al-Waqi'ah ayat 41-46



Yusuf Al Qardhawi adalah tenggelam dalam kenikmatan hidup berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan.

Islam mewajibkan setiap orang mambelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkakhkannya di jalan Allah dengan sikap sederhana. Sikap sederhana semakin ditekankan ketika pemasukan seseorang sangat minim, dengan cara menahan atau mengurangi pengeluarannya. Kesederhanaan dalam konsumsi ini berlaku bagi siapa saja dan untuk siapa saja. Pada prinsipnya setiap individu dalam syari'at Islam bebas untuk mengkonsumsi rizki yang baik dan yang telah diharamkan Allah, tapi dengan syarat tidak membahayakan diri, keluarga atau pun masyarakat. Kebebasan yang diberikan Allah bukan berarti dengan semaunya sendiri untuk membelanjakan hartanya tanpa melihat batasan-batasan yang telah disebutkan di depan, yang bisa mengakibatkan seseorang berhutang.

Dalam perspektif al-Qur'an sikap bermewah-mewahan dianggap sebagai musuh dalam setiap risalah, lawan setiap gerakan perbaikan dan kemajuan. Kemewahan disini yaitu terlampau berlebihan dalam berbagai bentuk kenikmatan dan berbagai sarana hiburan, serta segala sesuatu yang dapat memenuhi perut dari berbagai jenis makanan dan minuman serta apa saja yang memadai rumah dari perabot dan hiasan, seni dan patung serta berbagai peralatan dari emas dan perak dan sejenisnya.

Kemewahan dalam kacamata Islam merupakan salah satu faktor utama dari kerusakan dan kehancuran bagi diri sendiri dan masyarakat. Sementara itu standar kemewahan antara seorang dengan orang lain sangat berbeda dan tergantung pada pendapatan masing-masing. Dengan kata lain, standar kemewahan terkaitpaut dengan pendapatan individu.

Dengan demikian, perilaku konsumsi, sesuai arahan Islam di atas menjadi lebih terasa urgensinya pada kehidupan saat ini. Krisis ekonomi yang belum juga reda bertemu dengan harga-harga yang melambung tinggi, menuntut kita untuk selektif dalam berbelanja. Islam tidak melegitimasi momen apapun yang boleh digunakan untuk mengkonsumsi secara berlebihan apalagi di luar batas kemampuan.

Persoalan kenapa Islam harus membatasi hak orang dalam mengkonsumsi tentu saja menjadi buah pertanyaan bagi sebagian

orang yang belum mengenal tentang Islam. Seolah kehadiran Islam hanya memberikan “batasan-batasan” dalam melakukan aktivitas umatnya. Pertanyaan tersebut juga dimungkinkan muncul dan mengemuka bagi kalangan umat Islam itu sendiri. Namun demikian, pada prinsipnya Islam sangat menghargai hak individu dalam mengkonsumsi rezeki yang diberikan oleh Allah SWT sepanjang pelaksanaannya tidak mengganggu kepentingan umum. Pada dasarnya hal ini dapat menjaga stabilitas sosial serta menjamin terpenuhinya rasa keadilan, karena mereka yang punya kuasa atas harta tidak bisa secara sewenang-wenang menimbun bahan pangan.

### c. Etika dalam bidang distribusi

Distribusi menjadi salah satu aspek dari pemasaran. Distribusi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan apa yang diperlukan. Berkaitan dengan hal tersebut, Islam menghendaki pendistribusian harus disandarkan pada dua sendi, yaitu sendi kebebasan dan keadilan.<sup>47</sup>

Kebebasan yang dimaksud adalah kebebasan dalam bertindak yang dibingkai oleh nilai-nilai agama dan keadilan. Sebagai bentuk keseimbangan antara individu dan masyarakat. Selain itu, Islam juga mengajarkan umatnya untuk berbuat adil dalam berbagai aspek. Tidak berlebihan jika dikatakan bahwa keadilan merupakan inti semua ajaran yang ada dalam Al-Qur'an. Telah dinyatakan secara tegas bahwa al-Qur'an diwahyukan untuk membangun keadilan dan persamaan. Bicara tentang keadilan dalam Islam, al-Maududi mengatakan bahwa hanya Islam lah yang mampu menghadirkan sebuah sistem yang realistik dan keadilan sosial yang sempurna, karena bersifat *imperative* (bentuk perintah) dan yang berbentuk perlindungan.<sup>48</sup>

Kategori yang mengandung perintah dan rekomendasi yang berkaitan dengan perilaku bisnis, pertama, hendaknya janji, kesepakatan dan kontrak dipenuhi. Salah satu ajaran al-Qur'an yang paling penting dalam bidang ekonomi adalah masalah pemenuhan janji

---

<sup>47</sup> Yusuf Al Qaradhawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, *Op.cit.*, h. 381

<sup>48</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Al Kausar, 2001), h.99

dan kontrak. Al-Qur'an mengharuskan semua janji dan kontrak kesepakatan dihormati dan semua kewajiban dipenuhi. Kedua, Jujur dalam timbangan dan takaran (ukuran), ketiga, Kerja, Gaji dan bayaran, keempat, Jujur tulus hati dan benar, dan kelima, efisien dan kompeten.<sup>49</sup>

### **3. Upaya Membangun Kesadaran Bisnis beretika di Indonesia**

Berbisnis merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan. Islam sebagai agama yang bersifat komprehensif telah mengatur segala aktifitas manusia (kegiatan beruamalah) dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah etika dalam berbisnis secara Islam. Hal ini penting untuk diketahui agar apa yang dilakukan tidak membawa madhorat. Di dalam al-Qur'an, bisnis disebut-sebut sebagai aktivitas yang memiliki tujuan bersifat fisik (material) dan non fisik (immaterial). Suatu bisnis dapat disebut bernilai, apabila kedua tujuannya tersebut telah dapat terpenuhi secara berimbang.

Dewasa ini, di era kehidupan modern, etika-etika dalam berbisnis menjadi sebuah tantangan tersendiri, karena semakin banyak pihak yang kurang mengindahkannya. Ada sebagian para pebisnis yang berorientasi pada keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperhatikan lagi cara-cara yang dilakukan. Terutama bagi pebisnis yang memiliki *basic* agama Islam, kegiatan bisnis yang dijalankan harus sesuai dengan nilai-nilai Islam. Karena bagi umat Islam kegiatan bisnis menjadi salah satu cermin sikap dan prilaku seseorang dalam mengaplikasikan Islam di dalam kehidupannya.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, kiranya sangat diperlukan sebuah metode agar bisnis yang dilakukan mencerminkan nilai-nilai keislaman. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mewujudkan iklim bisnis yang islami. Mewujudkan bisnis yang beretika berarti menjalankan suatu usaha atau pekerjaan yang dapat menghasilkan keuntungan sesuai dengan hukum yang telah ditetapkan oleh agama Islam. Islam sebagai agama yang telah sempurna sudah barang tentu telah memberikan rambu-rambu dalam melakukan kegiatan ekonomi dan bisnis.

---

<sup>49</sup> Yusuf Al Qaradhawi, *Peran Nilai Dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, *Op.cit.*, h. 381

Kegiatan bisnis sesungguhnya tidak terlepas dari etika dikarenakan tiga alasan.<sup>50</sup> Berkaitan dengan itu, Yusuf Al-Qaradawi memberikan gambaran yang gamblang tentang bagaimana membangun bisnis beretika. Dimulai dari proses produksi, konsumsi sampai pada proses distribusi. Misalnya dalam bidang produksi seorang hendaknya bekerja pada bidang yang dihalalkan, tidak melampaui hal yang diharamkan oleh Allah, juga memelihara sumber daya alam agar tetap terjaga keberlangsungannya. Dalam bidang konsumsi, seorang muslim harus membelanjakan harta pada hal-hal yang baik, tidak bakhik serta tidak kikir. Seorang muslim juga hendaknya hidup sederhana dan menghindari kemubaziran. Selanjutnya dalam mendistribusikan hasil produksi hendaknya seorang muslim melandaskan kegiatannya pada nilai kebebasan yang dibingkai dalam nilai keadilan.

Kadar ke-halal-an yang disyaratkan dalam berproduksi pada hakikatnya mengandung makna seorang produsen selalu memberikan manfaat positif kepada konsumen. Selain itu, produsen juga mempunyai tanggungjawab untuk menyediakan produk yang aman baik bagi jasmani maupun rohani konsumen.

Nilai-nilai di atas sesungguhnya bukanlah hal yang sulit untuk diwujudkan, namun membutuhkan sebuah kemauan dan kemampuan yang tinggi. Karena selama ini bisnis hanya dipahami sebagai usaha yang dilakukan untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, bahkan harus ditempuh dengan cara yang kotor dan tidak etis. Sesungguhnya, pemahaman akan bisnis yang demikian secara tidak langsung merusak substansi dari bisnis itu sendiri. Padahal bisnis merupakan salah satu kegiatan mauamalah yang amat penting dalam kehidupan manusia. Tindakan yang dilakukan oleh pelaku bisnis maka akan berimbas pada bisnis yang dilakukan.

Dilakukannya bisnis dengan tidak mengidahkan atau memperhatikan etika oleh para pelakunya disebabkan oleh berbagai kemungkinan. Kemungkinan itu diantaranya disebabkan sifat kealpaan seseorang dalam mendalami, memahami dan mengetahui bagaimana Islam mengajarkan cara berbisnis yang benar. Dengan demikian,

---

<sup>50</sup> Pertama, bisnis bebas nilai, kedua, bisnis merupakan bagian dari sistem sosial, ketiga, aplikasi etika bisnis identik dengan pengelolaan bisnis secara profesional. Lihat Muslich, *Etika Bisnis Pendekatan Substantif dan Fungsional*, (Yogyakarta: Ekonomika Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta, 1998), h. 24-25

mereka berbisnis dengan caranya sendiri yang terpenting mendapat keuntungan. Selain itu, muncul kemungkinan bahwa pada dasarnya di mereka telah mengetahui, akan tetapi tidak mau melaksanakan karena etika dipandang tidak akan membawa keuntungan yang besar.

Melihat fenomena yang telah berkembang di tengah-tengah masyarakat, selama ini masih banyak masyarakat yang memahami, memaknai dan mengaplikasikan makna bisnis yang tidak sesuai. Kiranya sudah menjadi suatu kebutuhan tersendiri melakukan rekonstruksi kesadaran baru bagi masyarakat tentang bisnis. Pada dasarnya konsep bisnis yang beretika telah diajarkan di dalam kitab suci umat Islam. Di dalam al-Qur'an telah disebutkan bahwa bisnis sebagai aktivitas yang bersifat material sekaligus immaterial. Karenanya suatu bisnis itu dapat disebut bernilai, apabila kedua tujuan tersebut *balance*, yaitu pemenuhan kebutuhan material dan spiritual berjalan secara beriringan dan seimbang. Melalui pandangan kesatuan bisnis dan etika, pemahaman atas prinsip-prinsip etika suatu bisnis akan lebih bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman.

Selanjutnya, selain merekonstruksi pemahaman tentang bisnis, maka yang patut dipertimbangkan dalam upaya mewujudkan bisnis beretika adalah suatu cara pandang baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan tentang bisnis dan ekonomi yang lebih berpijak pada paradigma pendekatan normatif sekaligus empirik induktif yang mengedepankan penggalan dan pengembangan nilai-nilai, agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman dan globalisasi. Dengan istilah lain, pengembangan ilmu pengetahuan modern harus dikembangkan dalam pola pikir *abductive pluralistic*.

Penyebaran dan penegakan prinsip bisnis beretika merupakan kewajiban setiap muslim. Dengan asumsi dasar bahwa kewajiban menjalankan etika bisnis sama dengan kewajiban menjalankan shalat. Namun sosialisasi ini belum optimal, sehingga sangat tergantung kepada kesadaran para pelaku ekonomi sendiri.<sup>51</sup>

Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi juga berorientasi kepada prinsip-prinsip tauhid dan sikap *ta'awun* (menolong orang lain).

---

<sup>51</sup> Said Agil Husin Munawar, *Dimensi Kehidupan dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Litera Antar Nusa, 2002), h. 211

Dengan kata lain, berbisnis bukan mencari untung material semata, tetapi harus berdasarkan atas kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang, karena Allah menyuruh kita untuk saling tolong-menolong, sebagaimana firman-Nya:

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا

اللَّهُ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢٠٠﴾

Artinya:

“... dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (QS. Al Maidah :2)

Konsepsi seseorang atau masyarakat tentang sesuatu, lambat laun akan melahirkan suatu kesadaran mengenai hal tersebut. Suatu kesadaran lahir dari suatu pengetahuan atau wawasan dan proses panjang perilaku yang dilakukan terus-menerus. Pandangan tentang bisnis sebagai media usaha yang bersifat material untuk mencapai tujuan maksimalisasi laba dan tidak ada bisnis kecuali untuk keuntungan semata, bahwa bisnis bersifat material dan dilakukan hanya untuk mencapai maksimalisasi keuntungan.

Dalam konteks perusahaan atau entitas, bisnis dipahami sebagai suatu proses keseluruhan dari produksi yang mempunyai kedalaman logika, bahwa bisnis dirumuskan sebagai memaksimalkan keuntungan perusahaan dan meminimumkan biaya perusahaan. Akibat dari kesadaran demikian maka, upaya meraih keuntungan dilakukan dengan cara apapun. Walaupun cara yang digunakan mengakibatkan kerugian pihak lain, tetapi bila menguntungkan bagi pelaku bisnis atau perusahaannya, maka dianggap sebagai pilihan bisnis. Adanya pemahaman baru mengenai bisnis dianggap mengada-ada.

Dengan kenyataan itu, maka pengembangan etika bisnis harus menghadapi situasi dan kondisi yang membutuhkan kedalaman logika rasionalitas bisnis yang bersifat material dan karenanya telah menimbulkan ketegangan dan kerugian-kerugian pada masyarakat. Dan pada sisi lain berhadapan dengan kesadaran “*common sence*” mengenai bisnis itu sendiri. Dengan demikian pada konteks ini, tugas

utama etika bisnis dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas. Tetapi penyelerasaan di sini bukan berarti hanya mencari posisi saling menguntungkan antara kedua tuntutan tersebut, melainkan merekonstruksi pemahaman tentang bisnis dan sekaligus mengimplementasikan bisnis sebagai media usaha atau perusahaan yang bersifat etis. Etis dalam pengertian sesuai dengan nilai-nilai bisnis pada satu sisi dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai kebatilan, kerusakan dan kezhaliman dalam bisnis pada sisi lainnya.

### **Simpulan**

Etika bisnis yang dikemukakan oleh Yusuf Al Qaradhawi meliputi 3 bidang; *pertama*, bidang produksi, seorang hendaknya bekerja pada bidang yang dihalalkan, tidak melampaui hal yang diharamkan oleh Allah, juga memelihara sumber daya alam agar tetap terjaga keberlangsungannya. *Kedua*, dalam bidang konsumsi, seorang muslim harus membelanjakan harta pada hal-hal yang baik, tidak bakhik serta tidak kikir. Seorang muslim juga hendaknya hidup sederhana dan menghindari kemubaziran. *Ketiga*, dalam mendistribusikan hasil produksi hendaknya seorang muslim melandaskan kegiatannya pada nilai kebebasan yang dibingkai dalam nilai keadilan.

Mewujudkan bisnis yang beretika berarti menjalankan suatu usaha atau pekerjaan yang dapat menghasilkan keuntungan sesuai dengan hukum yang telah ditetapkan oleh agama Islam. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan cara; *pertama* melakukan suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis. *Kedua*, diperlukan suatu cara pandang baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan tentang bisnis dan ekonomi yang lebih berpijak pada paradigma pendekatan normatif sekaligus empirik induktif yang mengedepankan penggalian dan pengembangan nilai-nilai, agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman yang semakin cepat.

### **Daftar Pustaka**

- Abdul Azis Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: PT. Ikhtiar Baru van Hoeve, 2001)
- Afzalurrahman. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*. (Jakarta : Yayasan Swarna Bhumi, 1997)
- Anonim, *Islam Ekstrem*, [www..salafi/Makalah Bedah Buku Yusuf Al Qardhawi](http://www..salafi/Makalah%20Bedah%20Buku%20Yusuf%20Al%20Qardhawi).

- Brown dan petrello, yang kutip oleh Buchari Alma, *pengantar Bisnis*, (bandung : Alvabet, 1997)
- Dumairy, *Perekonomian di Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 1996)
- Franz Magnis Suseno, *13 Tokoh Etika Sejak Zaman Yunani sampai Abad ke-19*, (Yogyakarta: Kanisius, 1999)
- M.Syafi'I Antonio. *Bank Syariah Teori dan Praktek*. (Jakarta : Gema Insani Press, 2003)\
- Mubyarto, *Penerapan Ekonomi Islam di Indonesia*, [www.ekonomirakyat.com](http://www.ekonomirakyat.com)
- Muslich, *Etika Bisnis Pendekatan Substantif dan Fungsional*, (Yogyakarta: Ekonomika Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta, 1998)
- Muslich, *Etika Bisnis Pendekatan Substantif dan Fungsional*, (Yogyakarta: Ekonomika Fak. Ekonomi UII Yogyakarta, 1998)
- Peter Pratley, *The Essence Of Business Ethisc*, (Yogyakarta: Andi, 1997)
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002)
- R. Sims, *Ethics and Corporate Social Responsibility - Why Giants Fall*, (C.T.:Greenwood Press, 2003)
- Said Agil Husin Munawar, *Dimensi Kehidupan dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Litera Antar Nusa, 2002)
- Sulaiman bin Shalih al Khuraisyi, *Pemikiran DR.Yusuf Al Qaradhawi dalam Timbangan*, (Bogor: Pustaka Imam Asy Syafi'I, 2003)
- Suyadi Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002)
- UU RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Yusuf Al Qaradhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997)
- \_\_\_\_\_, *al-Ijtihad al-Mu'asir*, Dar at-Tauzi' wa an-Nasy al-Islamiyah, 1994.
- \_\_\_\_\_, *Al-Qur'an Berbicara Akal dan Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Gema Insani Press, 1998.
- \_\_\_\_\_, *Daurul Qiyam wal Akhlak Fil Iqtishodil Islami*, Beirut: Ar Risalah, 1996.
- \_\_\_\_\_, *Hukum Zakat*, Jakarta: Litera Antar Nusa, 2004.
- \_\_\_\_\_, *Halal dan Haram Dalam Islam*, Terj. Muammal Hamidy, Surabaya: Bina Ilmu, 2003